Spettacoli

Alba Parietti torna in tv «contesa» da Rai e Fininvest

ROMA Alba Parietti prepara il suo ritorno in tv ma ancora non ha deciso tra le proposte che le sono arrivate da Rai e Fininvest un talk show per la tv pubblica o la partecipazione da febbraio a *Striscia la notizia*? In occasione dei mondiali Usa però vorrebbe tornare a parlare di calcio

Ice-T in tournée in Italia coi Body Count Stasera a Milano

ROMA Ice T principe del rap metal oggi in tournée in Italia con la formazione rock dei Body Count stasera sono al Rolling Stone di Milano domani a Napoli giovedì 25 al Tendastrisce di Roma il 26 al Vidia di Cesena e sabato 27 al Rototom di Gaio di Spilimbergo (Pordenone)

«Il mercato ora risente della crisi e le aziende cercano i comici per far loro parodiare gli spot»

EMANUELE PIRELLA
Pubblicitario e critico tv

La pubblicità paga la satira

I pubblicitari hanno l'anima? Se sì, l'hanno persa La Chiesa (che pure si fa moltissima pubblicità) adesso li condanna Mentre la satira si limita a prenderli di mira e i comici (che pure fanno moltissima pubblicità) a parodiare i loro spot A colloquio con Emanuele Pirella sulla scarsa popolarità attuale della promozione commerciale e con Gene Gnocchi sul mestiere di far ridere anche attraverso i prodotti

MARIA NOVELLA OPPO

MILANO La crisi infuria qualcuno parla di «involuzione» tutti di «illegittimazione» E anche la pubblicità sembra cercare nuove motivazioni e giustificazioni La satira intanto (anche se con difficoltà) fa il suo dovere prende di mira il cambiamento dei costumi e lo sottopone al fuoco di fila delle sue battute Ma vediamo che cosa ne pensa uno come Emanuele Pirella che può parlare a nome sia della pubblicità che della satira

Allora, Pirella, pensi anche tu che la pubblicità in tempi di crisi diventi, diciamo così, meno popolare tra il pubblico e più bisognosa di giustificazioni?

No lo credo che la pubblicità combatta la sua battaglia sempre contro altra pubblicità e non contro la «non-pubblicità» È sempre comunicazione contro altra comunicazione

Insomma è una guerra.

Certo e infatti le metafore belliche sono all'ordine del giorno Si va dalle citazioni di von Clausewitz alla nostra esperienza di bambini che giocavano ai soldatini

E le sconfitte? Ci saranno anche le battaglie perdute.

Qualche volta capita Allora si riesaminano i piani d'attacco e si ripensa a tutto Fa anche bene perché c'è il rischio continuo dell'onnipotenza del pubblicitario

Allora al pubblicitario farà anche bene la satira.

Sì gli fa bene Gli fa bene la cultura in genere

Ora mi sembra che, rispetto al passato, si stia facendo avanti una satira diversa. Prima si trattava di parodie del messaggio, dei personaggi e degli ambienti della pubblicità. Ora si tende a colpire il prodotto. E mi sembra che sia questo il tentativo di Michele Serra dentro il programma di Raitre Cielito Lindo Che cosa te ne pare?

Mi sembra che stia cambiando di una puntata all'altra Nell'ultima mi è sembrato più divertente con l'esaltazione del maglioncino di Benetton

Già, sosteneva che non siamo degni dei prodotti. È il ribaltamento paradossale della tradizionale critica dei consumi. Alla quale invece rimane fedele Beppe Grillo, che sta preparando per Raiuno un programma sulla materia Che cosa ne pensi? Sono critiche che preoccupano voi pubblicitari?

Mah guarda io rido per le battute divertenti ma non è che le consideri un saggio della scuola di Francoforte Non vorrei discutere con Grillo maestro di pensiero Prima ha preso di mira i politici ora ha trovato nuovi personaggi noti a tutti che sono i prodotti E più che la parodia ora frequenta il genere apocalittico

Dunque, voi pubblicitari non avete paura della impopolarità.

Noi si riscontra una sorta di oscillazione e ora nel bordino dell'opinione pubblica siamo più in basso che in altri periodi Ma è un fenomeno tipico in tutti i settori Già con Pericoli nel fare le nostre strisce abbiamo verificato che c'è un ciclo di circa quattro anni dopo il quale puntuali arrivano i giornalisti e ci intervistano

Hai dichiarato di recente che tu e Tullio Pericoli avete smesso di fare satira quando avete cominciato a ricevere le telefonate dei politici, con continue richieste di citazione e di invio degli originali per la loro collezione.

È una cosa che vorrei veramente rivendicare io e Pericoli abbiamo smesso senza proclami Come due signori in punta di piedi Avevamo combattuto tutte le nostre sacrosante battaglie contro la Dc Andreotti e soci e li trovavamo sempre in piedi Anzi Andreotti ci conseguava personalmente premi per la satira politica

Così come la satira giova ai politici, magari giovera anche alla pubblicità

Ma certo! Alcuni clienti danno soldi ai cabarettisti perché cominciano a citare lo slogan Più lo citi lo stravolgi lo rovesci più diventa proverbiale Basta pensare a *Ho fatto l'amore con Control*

Accidenti Vuoi dire che davvero le aziende pagano la satira?

Conosco almeno quattro casi del genere

Allora dicci i nomi

Basta guardare e ascoltare

Guarderemo e ascolteremo Per intanto adesso si sente parlare di spot nei quali non appariranno più i troppo belli e sempre giovani Arrivano i brutti e normali, quasi che la pubblicità si faccia la parodia da se stessa È vero?

Quando un agenzia deve lanciare un prodotto ecco che si teorizzano le svolte epocali si mettono in scena gli operai che lavorano o chissà che cosa altro ma è sempre un aggiustamento mirato

Insomma è sempre tutto falso E allora come mai adesso si producono tanti spot regionali e dialettali?

Può darsi che sia in atto un radicamento corretto Si è sempre lamentato che non si riuscisse a inserire una parola vera un gesto spontaneo È la lezione che non siamo mai stati capaci di prendere dal cinema dalla commedia all'italiana

E adesso con le elezioni e le nuove norme sugli spot, che cosa succede a voi pubblicitari?

Ho l'impressione che fuggiremo tutti dalle cose elettorali Lo ricordo come un incubo arrivavano candidati pallidi con le mani sudate a chiederci il nostro aiuto Di solito si trattava dell'amico di un amico Ora con tutto quello che è successo nel timore che di venti finanziamento illecito cacceremo tutti via Io del resto ho anche fatto una specie di comitato nel quale teorizzavo la «rioccupazione del territorio» Dicevo riscoprite il porta a porta il comizietto e il contatto diretto Gli spot di solito erano realizzati per grandi temi (le donne l'ambiente il lavoro etc) e fatti così erano completamente inutili Ma non c'era verso I volevano Devo dire che la Lega ha avuto l'intelligenza di capirlo e ha rivolto la sua propaganda ad personam

Gene Gnocchi e Emanuele Pirella

Gene Gnocchi e il suo alter ego Rubagotti

«Taleggio o whisky basta che son buoni»

MILANO Gene Gnocchi è un esemplare non unico ma molto raro di comico che sa far ridere con la pubblicità e ridere della pubblicità Il suo slogan potrebbe essere «pubblicità se la conosci non la eviti»

Senti, Gene, tu sei entrato nella pubblicità come te stesso e coi personaggi inventati da te. Non hai paura di essere fagocitato?

Ma il pericolo quale sarebbe? Di fungere da garante di un prodotto? Io e Teo (Teocoli ndr) abbiamo dimostrato di saper fare anche le sponsorizzazioni consonanti con il tipo di trasmissione Ho un atteggiamento preciso nei confronti della pubblicità faccio un discorso artistico Ernies Rubagotti andava bene per il taleggio Io considero prima di tutto questo aspetto Poi devo dire che Mauri mi ha mandato i suoi prodotti per un assaggio e non sono male

Ma la pubblicità televisiva la guardi, ti diverte?

Io la pubblicità la guardo sempre con molto interesse e penso io avrei fatto così o così Si è fatto un gran discutere sullo spot nel quale un disoccupato pulisce una panchina per sdraiarcisi sopra A me è piaciuto perché è è invenzione Le pagine gialle di Chiambretti erano molto divertenti perché c'era un'idea È questo quel che conta ma è indipendente dal fatto che ci sia un comico o no A me interessano tutti gli sviluppi di straniamento rispetto al prodotto

Certo, perché lo straniamento è il tuo linguaggio normale. Ma la pubblicità deve puntare al prodotto così com'è, non allontanarsi troppo dalla marca In quanto messaggio promozionale vero e proprio, lo spot ti suscita sviluppi parodistici?

Altro che Pensa che il mio primo spettacolo era tutto intervallato da spot Uno era la parodia della pasta Barilla lo ero un barbone che trova un gattino sotto la pioggia lo proteggo sotto i suoi mantelli gli dice porto la roba Facevo anche l'uomo del Monte che arriva nella valle e tutti i contadini a portare loro prodotti per farmi dire se lo prendevo sempre no Calli fine ventivo inseguito coi forconi La più bestiale era quella del whisky col solito Michele che riconosce Glen Grant a occhi chiusi Il barista però aveva piscato dentro la bottiglia

Insomma tu della pubblicità come motore di consumi inutili, che ci spinge a comprarci cose di cui non abbiamo bisogno e che magari inquinano, non ti preoccupi per niente

Il taleggio non inquina e non farci mai pubblicità per prodotti che distruggono l'ambiente Il problema me lo pongo nella vita e non in generale non capisco tutta la prudenza che circola a proposito della pubblicità Sul problema del prodotto si fa circa come fa Fabrizio Cortese da qualche

Mi era sembrato che tu e Teo, nel fronte schierato da Berlusconi a difesa delle telepromozioni, vi foste tenuti un po' sulle vostre, partecipando alla serata di Costanzo con un collegamento esterno e con un intervento comico che non entrava nel merito Era una presa di distanza dalla ideologia del gruppo?

Era più che altro una presa di distanza dalle telepromozioni troppo becere e istituzionali Io e Teo volevamo dimostrare che si possono fare in modo diverso Tanto che per noi il rotolone Regina rappresentava addirittura un pezzo di ascolto

Per concludere con tutt'altra storia, la farai o no l'attesa striscia comica quotidiana?

La striscia credo che si farà Io ho già girato il numero zero e dovrebbe andare in onda subito dopo il primo del Karaoke

M.N.O.

L'attore debutta stasera a Ravenna con un monologo in romagnolo

Ivano Marescotti «Zitti tutti! A teatro parlo io»

Ivano Marescotti torna al teatro con «Zitti tutti! da stasera in scena a Ravenna

STEFANIA CHINZARI

ROMA Il bel recitassimo In un colpo solo Ivano Marescotti mette a segno quattro gol con *Zitti tutti* – mai titolo fu più recita per la prima volta in romagnolo e debutta in un monologo sul poeta comico del centro illustre Alighieri – della sua Ravenna Può capire come sono emozionato per Raffaello Baldini basetta timida e sorriso che sembrerebbe un ragazzino Raffaello è Baldini giornalista trentino e *Il monamour* scrittore poeta di dotti studi e classici ma ancora poco conosciuto rispetto per esempio al suo amico e conterraneo Tonino Guerra Perché anche Baldini è nato a due passi dal Savio venuta a Santarcangelo così come di Ravenna sono il regista Marco Martinelli e lo scenografo Sergio Tramonti Infatti il primo punto di forza di questo spettacolo se mi messa è proprio essere riusciti a riunire quattro artisti romagnoli attorno ad un progetto che non finisce qui parla la lingua e radici teatro e poesia

Tornato a Ravenna da Parigi dove ha finito di girare il nuovo film di Klaus Maria Brandauer *Mario e il mago* di Thomas Mann Ivano Marescotti parla volentieri dello spettacolo e della *tradizione* teatrale Quattro anni fa non dal la prosa riuscì a convincere Cesare Garboli critico letterario grande pubblico di Soldiani che le ha fatto ottenere il grande pubblico ai film italiani più importanti delle ultime stagioni dal *Portaborse* a *Johnny Stecchino* dal *Muro di gomma* alla *Piovra* C televisiva «Sono cinque anni che cerco di convincere Baldini a trasformare le sue poesie in un'opera di animazione a *Zitti tutti* invece è un cerco proprio teste teatrale il suo primo direttamente dell'oggetto sacro o profano del libro»

Una scrittura a più mani tra immediatamente teatrale in monologo pieno di umanità sensazioni riflessioni ordine e quello che un animale della sua stirpe Marcello Mastroianni – vestirsi pettinarsi – sperimentare le grandi emozioni «Sono stufo di fare un animale della sua stirpe Marcello Mastroianni – vestirsi pettinarsi – sperimentare le grandi emozioni Non ne posso più